**Спрос на товар и его характеристика.**

***Спрос*** – это одна из сторон процесса рыночного ценообразования.

***Спросом*** называется количество товара, которое будет куплено за приемлемую цену в определенный промежуток времени. Спрос, обеспеченный денежными средствами покупателя, называется платежеспособным.

На спрос влияют многие факторы, главным из которых является **цена**. Между ценой и величиной спроса существует обратная связь: повышение цены снижает спрос, и наоборот.

Обратная связь между ценой и величиной спроса называется ***законом спроса***.

Эту зависимость можно изобразить на графике в виде кривой спроса **, где ***P*** (price) - цена, ***Q*** (quantity) - количество, величина спроса, ***d*** (demand) - спрос.

Каждая точка на вертикальной линии означает конкретную цену, а на горизонтальной – количество продукта, которое потребитель может купить по этой цене.

Кривая наклоняется вниз и вправо, т.к. изображаемая ею связь между ценой и величиной спроса обратная. Графически изменение величины спроса выражается в «**движении по кривой спроса**» (точки A, B, C). Движение по кривой спроса происходит, когда изменяются покупки товара вследствие изменения его цены. В этом случае говорят, что изменился «**объем спроса**». «**Движение самой кривой спроса**» происходит тогда, когда изменяется сам спрос под воздействием неценовых факторов. В этом случае говорят об «**изменении спроса**». Если, например, потребители захотят купить большее количество данного товара по каждой цене, то кривая спроса переместится вправо от ****** к ******. Желание приобрести меньше товара, уменьшить спрос и сдвинет кривую спроса влево: от к ***.***

***Вывод:***

1. Движение «по кривой спроса» и изменение «объема спроса» происходит под влиянием цены товара.
2. Движение «самой кривой спроса» и «изменение спроса» происходит под влиянием неценовых факторов.

**К неценовым факторам относят:**

* + Потребительские вкусы;
  + Число покупателей;
  + Доход покупателей;
  + Цены на сопряженные товары;
  + Ожидания.

*Рассмотрим их влияние на спрос:*

1. **Потребительские вкусы** очень субъективны, и их сложно учесть, но можно определить тенденцию: благоприятное для данного продукта изменение потребительских вкусов повысит спрос и сдвинет кривую спроса вправо. Обратная ситуация снизит спрос и сместит кривую влево.
2. **Рост числа покупателей** вызовет увеличение спроса (например, увеличение продолжительности жизни повысит спрос на медикаменты). Обратная ситуация снизит спрос на медикаменты.
3. **Доход влияет сложнее**. В отношении большинства товаров повышение дохода ведет к росту спроса на более качественные товары. По реакции (эластичности) потребителя на изменение дохода товары делят на:
   * «нормальные» товары (спрос увеличивается с ростом дохода);
   * Товары первой необходимости (темп роста спроса меньше темпа роста дохода);
   * Предметы роскоши (темп роста спроса больше темпа роста дохода);
   * Товары «низшего качества» (спрос снижается с ростом дохода).
4. **Цены сопряженные товары**. Товары обычно объединяют в две группы: заменяющие (субституты) и дополняющие (сублементы). Они по-разному влияют на спрос.

**Вывод**: когда два продукта взаимозаменяемы, то между ценой на один из них и спросом на другой существует прямая связь (например, рост цен на кофе увеличивает спрос на чай).

В отличие от взаимозаменяющих товаров взаимодополняющие сопутствуют друг другу в том смысле, что спрос на них предъявляется одновременно. Например, покупка фотоаппарата повлечет покупку пленки. Если цена на фотоаппараты вырастет, то снизится спрос на пленки.

**Вывод:** когда два товара являются взаимодополняющими, между ценой на один из них и спросом на другой существует обратная связь.

1. Ожидания потребителей относительно будущих цен на товары, их наличия и возможных изменений в доходах способны изменить спрос. Если ожидается повышение цен или рост доходов, то потребители покупают товары «впрок» и увеличивают текущие расходы.

Наоборот, ожидание падения цен и снижения доходов ведет к сокращению текущего спроса на товары.

Для определения чувствительности одного из рассмотренных факторов в результате воздействия на него другого используется понятие «***эластичность***».

Из всех факторов наибольший интерес вызывает чувствительность спроса на изменение цены или дохода и перекрестная (косвенная) эластичность.

***Эластичность спроса по цене*** показывает, на сколько процентов, изменится спрос при изменении цены на 1%. Например, нужно определить, насколько изменится количество продаж телевизора, если его цена возросла на 10%.

***Эластичность спроса по доходу*** показывает, на сколько процентов изменится спрос при изменении доходов потребителей на 1%. Например, надо определить, как изменится спрос на телевизор, если доходы населения возрастут на 12%.

***Перекрестная эластичность спроса*** позволяет измерить, насколько чувствителен спрос на продукт A к изменению цены на продукт B.

Мерой измерения эластичности является ***коэффициент эластичности***.

***Коэффициент эластичности спроса по цене*** определяется как отношение роста объема спроса (%) к снижению цен (%):



Реакция потребителей на изменение цены на товар может быть сильной, слабой или нейтральной. Каждая из них порождает соответствующий спрос: ***эластичный, неэластичный, единичную эластичность.***

* ***Спрос эластичен***, когда при незначительном снижении цены объем продаж существенно возрастает. При эластичном спросе, когда 1% снижения цены вызывает увеличение продаж более чем на 1%, коэффициент эластичности больше единицы (предметы первой необходимости).
* ***Спрос неэластичен***, когда при весьма существенных снижениях цены объем продаж изменяется незначительно. Коэффициент неэластичного спроса меньше единицы (предметы роскоши).
* ***Спрос имеет единичную эластичность***, когда 1%-ное изменение цены вызывает 1%-ное изменение продаж товаров. При единичной эластичности коэффициент равен единице.

Коэффициент эластичности в математическом смысле всегда имеет знак «минус», т.к. цена и количество продаж изменяются в противоположном направлении. Но для простоты анализа Кед рассматривается как положительная величина.

***Коэффициент эластичности спроса по доходу*** выражается следующей формулой:



Качественные товары имеют положительную эластичность, т.к. рост доходов и спрос на них изменяются в одном направлении. Некачественные товары – отрицательную, т.к. рост доходов снижает на них спрос.

**Предложение товара и его кривая.**

***Предложение*** – это количество товаров, реализуемое производителем на рынке.

Чем выше цена, тем большее количество продукции производители захотят поставить на рынок, и наоборот.

Прямая зависимость между ценой и количеством предлагаемого продукта называется ***законом предложения***.

Эту зависимость можно изобразить на графике в виде кривой предложения ***S***, где ***S*** (supply) – предложение, ***P*** (price) – цена, ***Q*** (quantity) – количество.

В отличие от кривой спроса кривая предложения поднимается вправо вверх. Графически изменение объема предложения выражается в движении «**по кривой предложения**» SS. «**Объем предложения**» меняется тогда, когда изменяется только цена товара. Кривая предложения сдвинется вправо от SS к , если при тех же затратах на рынке предлагается больше продукции. Уменьшение же предложения товара сместит кривую предложения влево от SS к . Движение кривой предложения происходит тогда, когда изменяется само предложение под воздействием неценовых факторов. В этом случае говорят об «**изменении предложения**».

***Вывод:***

1. Движение «по кривой предложения» и изменение «объема предложения» происходит под влиянием цены товара.
2. Движение «самой кривой предложения» и «изменение предложения» происходит под влиянием неценовых факторов.

*Рассмотрим воздействие на предложение неценовых факторов:*

1. **Цены на ресурсы**. Их снижение уменьшит издержки производства и увеличит предложение, т.е. переместит кривую предложения вправо. Повышение цен на ресурсы окажет обратное воздействие.
2. **Технология.** Ее совершенствование снижает цену на ресурсы и оказывает влияние, рассмотренное в п.1.
3. **Налоги и дотации**. Повышение налогов увеличивает издержки производства и сокращает предложение. Кривая перемещается влево.
4. **Цены на другие товары**. Фирма может сократить производство баскетбольных мячей, если повышается цена на футбольные.

Степень изменения объема предложения в зависимости от увеличения цены характеризует ***эластичность предложения***. Она измеряется с помощью ***коэффициента эластичности предложения*** ():



***Предложение неэластично***, если изменение цены не вызывает изменения предложения.

***Предложение считается абсолютно эластичным***, когда малейшее изменение цены товара вызывает сокращение предложения до нуля, а малейшее увеличение цены вызывает рост предложения.

По возможности фирмы отреагировать на конъюнктуру рынка выделяют три периода: *краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный*.

В *краткосрочном периоде* у фирмы нет времени, чтобы изменить предложение. Это значит, что в краткосрочном периоде предложение абсолютно неэластично.

В *среднесрочный период* фирма использует резервы и увеличивает производство. Эластичность предложения становится положительной, больше нуля.

В *долгосрочный период* фирма может перестроить производство за счет замены старого оборудования новым. Эластичность предложения в этот период становится максимальной.

**Вывод:** спрос растет, когда цена товара понижается, а предложение увеличивается с ростом цены.

Общая закономерность изменения величин спроса на рынке определенного товара в зависимости от величин цен на него называется спросом. Эта закономерность проявляется в том, что какой объем товаров покупатели готовы и способны купить при определенном уровне цены. Зависимость величины спроса от уровня цены описывается первым законом экономики – законом спроса: при повышении цен величина спроса уменьшается, а при снижении цен – возрастает. Спрос на товары зависит от их полезности и цены выбора.

Общая закономерность изменения величин предложения на рынке определенного товара в зависимости от изменения величин цен на него называется предложением. Эта закономерность проявляется в том, какой объем товаров продавцы (изготовители) готовы предложить на рынок при определенном уровне цены. Зависимость величины предложения от уровня цены описывается законом предложения: при повышении цен величина предложения возрастает, а при снижении цен – уменьшается.